



Bruxelles, den 10. juni 2022
(OR. en)

Interinstitutionel sag:
2021/0381(COD)

8647/2/22
REV 2

LIMITE

AG 46
COMPET 279
INST 150
PE 44
DATAPROTECT 125
FREMP 84
CONSOM 101
TELECOM 184
AUDIO 37
MI 334
DISINFO 33
CODEC 589

NOTE

fra:	Generalsekretariatet for Rådet
til:	delegationerne
Tidl. dok. nr.:	8647/22 + REV1
Komm. dok. nr.:	14374/21 + COR1 + COR1 REV1; + ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1; + ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final
Vedr.:	Forslag til EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS FORORDNING om gennemsigtighed og målretning i forbindelse med politisk reklame - Formandskabets kompromistekst

I bilaget følger til delegationerne formandskabets **reviderede** kompromistekst til ovennævnte forslag.

Udgået tekst i Kommissionens forslag er angivet med [...], og tilføjet tekst til Kommissionens forslag er angivet **med understregning og fede typer.**

Forslag til

**EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS FORORDNING
om gennemsigtighed og målretning i forbindelse med politisk reklame**

(EØS-relevant tekst)

EUROPA-PARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPÆISKE UNION HAR –

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, særlig artikel 16 og 114,

under henvisning til forslag fra Europa-Kommissionen,

efter fremsendelse af udkast til lovgivningsmæssig retsakt til de nationale parlamenter,

under henvisning til udtalelse fra Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg¹,

under henvisning til udtalelse fra Regionsudvalget²,

efter den almindelige lovgivningsprocedure, og ud fra følgende betragtninger:

¹ EUT C , , s. .

² EUT C , , s. .

ud fra følgende betragtninger:

- (1) Udbuddet af og efterspørgslen efter politisk reklame er stigende og har stadig oftere grænseoverskridende karakter. Et stort og stigende antal forskelligartede tjenester er forbundet med denne aktivitet, f.eks. politiske konsulentfirmaer, reklamebureauer, platforme for annonceringsteknologi, PR-virksomheder, influencere og diverse dataanalyse- og mæglervirksomheder. Politisk reklame kan optræde i mange former, herunder med betalt indhold, sponsorerede søgeresultater, betalte målrettede budskaber, promovering i rangordningen, promovering af noget eller nogen, der er integreret i indholdet såsom produktplacering, influencere og andre anbefalinger. Relaterede aktiviteter kan f.eks. omfatte udbredelse af politisk reklame på en sponsors anmodning eller udgivelse af indhold mod betaling.
- (2) Politisk reklame kan udbredes eller udgives på tværs af grænserne på forskellige måder og ved hjælp af forskellige medier. Det kan udbredes eller udgives via traditionelle offline medier såsom aviser, TV og radio og også i stigende grad via onlineplatforme, websteder, mobilapplikationer, computerspil og andre digitale grænseflader. Sidstnævnte er ikke kun særligt egnede til at blive udbudt på tværs af grænserne, men medfører også nye og vanskelige udfordringer i relation til regulering og håndhævelse. Brugen af politisk reklame online er stærkt stigende, og visse lineære former for politisk reklame offline såsom radio og TV udbydes også online som on demand-tjenester. Der er en tendens til, at politiske reklamekampagner organiseres ved brug af en række forskellige medier og udtryksformer.
- (3) Da reklame, herunder politisk reklame, normalt udføres mod betaling, udgør dette en tjenesteydelse som omhandlet i artikel 57 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde ("TEUF"). I erklæring nr. 22 om handicappede, der er knyttet som bilag til Amsterdamtraktaten, vedtog man på konferencen mellem repræsentanterne for medlemsstaternes regeringer, at Unionens institutioner i forbindelse med udarbejdelsen af foranstaltninger i henhold til artikel 114 i TEUF skal tage hensyn til behovene hos personer med handicap.

- (4) Behovet for at sikre gennemsigtighed er et berettiget formål i samfundets interesse, der er i overensstemmelse med de værdier, som EU og medlemsstaterne deler, jf. artikel 2 i traktaten om Den Europæiske Union ("TEU"). Det er ikke altid let for borgerne at genkende politiske annoncer og udøve deres demokratiske rettigheder på et oplyst grundlag. **Øget perfektionering af desinformation, diversificering af aktører, hurtig udvikling af nye teknologier og øget udbredelse af manipulerende indblanding udgør væsentlige udfordringer for EU og medlemsstaterne. Politisk reklame kan ligge til grund for desinformation, navnlig hvis dens politiske karakter ikke afsløres i reklamen samt i tilfælde, hvor reklamen er målrettet eller forstærket.** En høj grad af gennemsigtighed er nødvendig, bl.a. for at understøtte en åben og fair politisk debat med **henblik på at sikre demokratiske politiske kampagner** og frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger og for at bekæmpe desinformation og ulovlig indblanding, herunder fra tredjelande. [...]. Gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame bidrager til i højere grad at gøre vælgerne i stand til at forstå, hvornår de står over for en politisk annonce, på hvis vegne den pågældende annonce er lavet, og hvordan de målrettes af en reklametjenesteudbyder, således at vælgerne er bedre rustet til at træffe et kvalificeret valg.
- (5) I forbindelse med politisk reklame anvendes der ofte målretnings- og forstærkningsteknikker. Målretnings- eller forstærkningsteknikker skal forstås som teknikker, der enten anvendes til at rette en skræddersyet politisk annonce udelukkende mod en bestemt person eller en gruppe af personer eller til at øge udbredelsen, rækkevidden eller synligheden af en politisk annonce. I betragtning af magten til og potentialet for misbrug af personoplysninger i forbindelse med målretning, herunder gennem mikromålretning og andre avancerede teknikker, kan sådanne teknikker udgøre en særlig trussel mod legitime samfundsmæssige interesser såsom retfærdighed, ligestilling og gennemsigtighed i valgprocessen samt den grundlæggende ret til at blive informeret på en objektiv, gennemsigtig og pluralistisk måde.

- (6) Politisk reklame reguleres i øjeblikket på forskellige måder i medlemsstaterne, som i mange tilfælde har en tendens til at fokusere på traditionelle medieformer. Der findes specifikke restriktioner, herunder for grænseoverskridende levering af politiske reklametjenester. Nogle medlemsstater forbyder EU-tjenesteudbydere, der er etableret i andre medlemsstater, at levere tjenester af politisk karakter eller med et politisk formål i valgperioder. Samtidig er der sandsynligvis mangler og smuthuller i nogle medlemsstaters nationale lovgivning, hvilket kan føre til, at politisk reklame undertiden udbredes uden hensyn til relevante nationale regler og dermed risikerer at være til skade for målet om gennemsigtighed i reguleringen af politisk reklamevirksomhed.
- (7) For at skabe større gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame, herunder for at imødekomme borgernes bekymringer, har nogle medlemsstater allerede undersøgt eller overvejer yderligere foranstaltninger for at sikre gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame og støtte en fair politisk debat samt frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger. Disse nationale foranstaltninger overvejes navnlig for reklame, der udgives og udbredes online, og kan omfatte yderligere forbud. Foranstaltningerne varierer fra bløde til bindende foranstaltninger og indebærer forskellige elementer af gennemsigtighed.
- (8) Denne situation fører til fragmentering af det indre marked, mindsker retssikkerheden for udbydere af politiske reklametjenester, der udarbejder, placerer, **promoverer**, udgiver eller formidler politiske annoncer, skaber hindringer for den frie bevægelighed for relaterede tjenesteydelser, forvrider konkurrencen i det indre marked, herunder mellem offline- og onlinetjenesteudbydere, og den kræver en kompliceret indsats for overholdelse samt yderligere omkostninger for relevante tjenesteudbydere.
- (9) I denne forbindelse er det sandsynligt, at leverandører af politiske reklametjenester afskrækkes fra at udbyde deres politiske reklametjenester i grænseoverskridende situationer. Dette gælder især mikrovirksomheder og SMV'er, som i mange tilfælde ikke har ressourcer til at absorbere eller overvælde de høje efterlevelsensomkostninger på senere led i forbindelse med udarbejdelse, placering, **promovering**, udgivelse eller udbredelse af politisk reklame i mere end én medlemsstat. Dette begrænser tilgængeligheden af tjenester og har en negativ indvirkning på tjenesteudbydernes mulighed for at innovere og tilbyde multimediekampagner og multinationale kampagner i det indre marked.

- (10) Der bør derfor sikres en konsekvent og høj grad af gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame i hele Unionen, når der leveres politiske reklametjenester, samtidig med at forskelle, der hæmmer den frie bevægelighed for relaterede tjenester i det indre marked, bør forhindres ved at indføre ensartede gennemsigtighedsforpligtelser for udbydere af politiske reklametjenester, som skal sikre ensartet beskyttelse af rettigheder for personer og tilsyn i hele det indre marked på grundlag af artikel 114 i TEUF.
- (11) Medlemsstaterne bør i national ret ikke opretholde eller indføre bestemmelser om gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame, der fraviger dem, der er fastsat i denne forordning, navnlig strengere eller lempeligere bestemmelser, for at sikre et andet gennemsigtighedsniveau for så vidt angår politisk reklame. Fuld harmonisering af gennemsigtighedskravene til politiske annoncer øger retssikkerheden og mindsker fragmenteringen af de forpligtelser, som tjenesteudbydere skal opfylde i forbindelse med politisk reklame.
- (12) Fuld harmonisering af gennemsigtighedskravene bør ikke berøre friheden for udbydere af politiske reklametjenester til på frivillig basis at give yderligere oplysninger om politisk reklame, f.eks.[...] en specifik politisk onlineannonces klikrate, som en del af ytrings- og informations friheden, der er beskyttet i artikel 11 i chartret om grundlæggende rettigheder.
- (13) Denne forordning bør [...] hverken berøre [...] indhold i politisk reklame eller Unionens eller medlemsstaternes regler, der regulerer visningen af politisk reklame[...] i valgperioder og gennemførelsen af politiske kampagner, herunder annonceringsforbud[...].
- (13a) Der bør tages hensyn til mikrovirksomheders og små og mellemstore virksomheders særlige behov ved anvendelsen [og håndhævelsen] af denne forordning i overensstemmelse med proportionalitetsprincippet. Begrebet mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder bør forstås som defineret i artikel 3, stk. 1-3, i direktiv 2013/34/EU.**

- (14) Forordningen bør indeholde harmoniserede gennemsigtighedskrav, der gælder for økonomiske aktører, der udbyder politisk reklame og relaterede tjenester (dvs. aktiviteter, der normalt udføres mod betaling). Disse tjenester består navnlig i udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse og udbredelse af politisk reklame. Reglerne i denne forordning, som skal sikre en høj grad af gennemsigtighed i politiske reklametjenester, bygger på artikel 114 i TEUF. Denne forordning bør også omhandle anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med **promovering**, udgivelse[...] **eller** udbredelse [...] af politisk reklame, der omfatter behandling af personoplysninger. De regler i denne forordning, der omhandler anvendelsen af målretning og forstærkning, er baseret på artikel 16 i TEUF. Politisk reklame rettet mod enkeltpersoner i en medlemsstat bør omfatte politisk reklame, der udelukkende er udarbejdet, placeret, **promoveret**, [...] udgivet **eller udbredt** af tjenesteudbydere, som er etableret uden for Unionen, men som formidles til enkeltpersoner i Unionen. For at afgøre, om en politisk annonce er målrettet enkeltpersoner i en medlemsstat, bør der tages hensyn til faktorer, der knytter den til den pågældende medlemsstat, herunder sprog, sammenhæng, formålet med annoncen og dens udbredelsesmetoder.

(14a) Der bør alt efter omstændighederne tages hensyn til de særlige forhold, der gør sig gældende for mediet til offentliggørelse, navnlig for at tilpasse de nærmere bestemmelser til TV, radio og avis, i forbindelse med anvendelsen af denne forordning i overensstemmelse med EU-retten.

- (15) Der findes ingen eksisterende definition af politisk reklame eller politisk annonce på EU-plan. Der er behov for en fælles definition for at fastlægge anvendelsesområdet for de harmoniserede gennemsigtighedsforpligtelser og regler om målretning og forstærkning. Denne definition bør dække mange former, som politisk reklame kan antage, og alle midler og former for udgivelse eller udbredelse inden for Unionen, uanset om kilden befinder sig i Unionen eller i et tredjeland.
- (16) Definitionen af politisk reklame bør omfatte reklame, der **udarbejdes, placeres, promoveres**, udgives eller udbredes direkte eller indirekte af eller **udarbejdes, placeres, promoveres**, udgives eller udbredes direkte eller indirekte for eller på vegne af en politisk aktør. Da annoncer fra, for eller på vegne af en politisk aktør ikke kan adskilles fra deres aktiviteter i deres rolle som politisk aktør, formodes de at kunne påvirke den politiske debat, bortset fra budskaber af udelukkende privat eller kommerciel karakter.

- (17) Andre aktørers **promovering**, udgivelse eller udbredelse af et budskab, der kan **og har til formål at** påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces eller stemmeadfærden **på EU-plan, nationalt, regionalt eller lokalt plan eller på politisk partiplan**, bør også udgøre politisk reklame. **Der bør være en klar og væsentlig forbindelse mellem budskabet og dets potentiale til at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces eller en afstemningsadfærd.** For at afgøre, **om der er en sådan forbindelse**, [...] bør der tages hensyn til alle relevante faktorer såsom **budskabets sponsor**, budskabets indhold, det sprog, der anvendes til at formidle budskabet, den sammenhæng, hvori budskabet formidles, **herunder den periode, hvori det udbredes, som f.eks. en valgperiode**, formålet med budskabet, [...] de midler, hvormed budskabet **promoveres**, udgives eller udbredes, **og målgruppen**. Budskaber om samfundsmæssige eller kontroversielle spørgsmål kan [...] være tilbøjelige **og udformet** til at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces eller stemmeadfærden.
- (18) Praktiske oplysninger fra officielle kilder, der **alene** omhandler tilrettelæggelsen af og vilkårene for deltagelse i valg eller folkeafstemninger, bør ikke udgøre politisk reklame.
- (19) Politiske [...] **synspunkter**, som kommer til udtryk **under en tjenesteudbyders redaktionelle ansvar** [...] i **et medie, herunder i** programmer fra audiovisuelle medietjenester som defineret i artikel 1, stk. 1, litra a), i direktiv 2010/13/EU³, [...] i lineære **og ikkelineære radio** [...] udsendelser, udgivet i trykte **eller online** medier, [...] **medmindre tjenesteudbyderen er blevet aflønnet for det politiske synspunkt, som er kommet til udtryk** [...] bør ikke omfattes af denne forordning.

³ EUT L 95 af 15.4.2010, s. 1.

- (20) Ved valg forstås i denne forordning valg til Europa-Parlamentet samt alle valg eller folkeafstemninger, der afholdes på nationalt, regionalt og lokalt plan i medlemsstaterne, samt valg til et politisk partis ledelse.
- Forordningen bør ikke omhandle andre former for valg såsom faglige afstemninger eller afstemninger, der afholdes i privat regi.
- (21) Det er nødvendigt at definere politisk annonce som et konkret tilfælde af politisk reklame. Annoncer omfatter de metoder, der anvendes til at formidle reklamebudskabet, herunder på tryk, via radio- og TV-medier eller via onlineplatformstjenester.
- (22) Politiske aktører som omhandlet i denne forordning bør henvise til begreber, der er defineret i EU-retten og i national ret i overensstemmelse med internationale retsfor skrifter såsom Europarådets. Begrebet politiske [...] **aktører** bør omfatte [...] **et politisk partis** tilknyttede organer og underordnede organer, som er etableret med eller uden status som juridisk person med henblik på at støtte [...] **det** eller forfølge [...] **dets** mål, f.eks. ved at gå i dialog med en bestemt gruppe af vælgere eller med henblik på et særligt valgformål.
- (23) Begrebet politiske aktører bør også omfatte **kandidater til eller indehavere af ethvert folkevalgt embede**, [...] [...] og medlemmer af **medlemsstaters regeringer på [...] nationalt, regionalt eller lokalt plan eller af en europæisk institution, bortset fra Den Europæiske Unions Domstol, Den Europæiske Centralbank og Revisionsretten**. Andre politiske organisationer, **der er oprettet for at opnå et særligt resultat ved et valg eller en folkeafstemning**, bør også medtages i denne definition.
- (24) En politisk reklamekampagne skal forstås som udarbejdelse, **placering, promovering**, udgivelse og udbredelse af en række sammenhængende annoncer i forbindelse med en kontrakt om politisk reklame på grundlag af fælles udarbejdelse, sponsorering og finansiering. [...]
- (25) Definitionen af politisk reklame bør ikke berøre nationale definitioner af politiske partier, politiske mål eller [...] **valgperioder** på nationalt plan.

- (26) For at dække den brede vifte af relevante tjenesteudbydere, der er knyttet til politiske reklametjenester, bør udbydere af politiske reklametjenester forstås således, at de omfatter udbydere, der beskæftiger sig med udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse [...] **eller** udbredelse af politisk reklame. **Udbydere, der udelukkende leverer accessoriske tjenester i forbindelse med politiske reklametjenester, bør ikke forstås som udbydere af politiske reklametjenester i denne forordnings forstand.**
- (26a) Udgivere af politisk reklame bør forstås som udbydere af politiske reklametjenester, normalt sidst i kæden af tjenesteudbydere, der udgiver og udbreder politisk reklame ved hjælp af radio og TV, giver adgang via en grænseflade eller på anden måde bringer den ud i offentligheden.**
- (26b) En sponsor bør forstås som den person, på hvis vegne den politiske reklame udarbejdes, placeres, promoveres, udgives eller udbredes, f.eks. en individuel kandidat til et valg, en registreret tredjepart eller et politisk parti.**
- (27) Begrebet politiske reklametjenester bør ikke omfatte budskaber, der udveksles mellem enkeltindivider i deres egenskab af privatpersoner. Enkeltindivider bør ikke anses for at handle i deres egenskab af privatperson, hvis de er ophavsmand til budskaber, hvis udbredelse eller udgivelse betales af en [...] **tredjepart**.
- (28) Når **sponsoren erklærer**, [...] at en reklame [...] [...] er [...] en politisk reklame [...], bør dette klart angives over for andre tjenesteudbydere, der er involveret i de politiske reklametjenester. **Sponsoren bør fremsætte denne erklæring på tro og love.** Når en reklame er klassificeret som politisk [...] **reklame** [...], skal den videre udbredelse heraf desuden stadig opfylde gennemsigtighedskravene. Når [...] **politisk reklame som defineret i denne forordning** f.eks. deles mellem personer på almindelig vis, bør reklamen stadig kategoriseres som politisk reklame.

(28a) Eftersom det er vigtigt at garantere navnlig gennemsigtighedskravenes effektivitet, bør sponsorer og reklametjenesteudbydere, der handler på vegne af sponsorer, på tro og love videregive relevante oplysninger rettidigt, fuldstændigt og nøjagtigt for at gøre det muligt for de andre udbydere af politiske reklametjenester i kæden at overholde forordningen. Når den politiske reklameudgiver er den eneste udbyder af politiske reklametjenester, bør sponsoren meddele sådanne oplysninger til den politiske reklameudgiver. I tilfælde af en erklæring, der er åbenbart urigtig, eller oplysninger, der er åbenbart urigtige, bør udbydere af reklametjenester anmode sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på sponsorers vegne, om at rette deres erklæring.

(28b) En erklæring bør anses for at være åbenbart urigtig, eller oplysninger for at være åbenbart urigtige, hvis det fremgår af reklamens indhold, sponsorens art eller den sammenhæng, hvori den relevante tjeneste leveres, uden yderligere verifikation eller udredning.

(29) De regler om gennemsigtighed, som er fastsat i denne forordning, bør kun finde anvendelse på politiske reklametjenester, dvs. politisk reklame, der normalt udbydes mod betaling, hvilket kan omfatte en naturalydelse. Gennemsigtighedskraverne bør ikke finde anvendelse på indhold, der uploades af en bruger af en onlineformidlingstjeneste, såsom en onlineplatform, og udbredes af onlineformidlingstjenesten uden at tage hensyn til placering, udgivelse eller udbredelse af det specifikke budskab, medmindre brugeren er blevet aflønnet af en tredjepart for den politiske annonce.

(30) Gennemsigtighedskraverne bør heller ikke finde anvendelse på udveksling af oplysninger via elektroniske kommunikationstjenester såsom elektroniske meddelelsetjenester eller telefonsamtaler, så længe det ikke indebærer nogen politisk reklametjeneste.

- (31) Ytrings- **og informations**friheden som er beskyttet ved artikel 11 i chartret om grundlæggende rettigheder omfatter en persons ret til at have politiske meninger, modtage og meddele politiske oplysninger og dele politiske tanker. Enhver begrænsning af **denne frihed** [...] skal være i overensstemmelse med artikel 52 i chartret om grundlæggende rettigheder. [...] **Denne** frihed kan gøres til genstand for ændringer og begrænsninger, hvis de er begrundet i legitime samfundsmæssige hensyn og er i overensstemmelse med EU-rettens almindelige principper om eksempelvis proportionalitet og retssikkerhed. Dette er bl.a. tilfældet, når de politiske idéer formidles via udbydere af reklametjenester.
- (32) For så vidt angår onlineformidlere finder forordning (EU) 202[...]2/XX [retsakten om digitale tjenester] anvendelse på politiske annoncer, der udgives eller udbredes af onlineformidlere gennem horisontale regler, der finder anvendelse på alle former for onlinereklame, herunder kommercielle og politiske annoncer. De gennemsigtighedskrav, der er fastsat for reklameudgivere, der er omfattet af anvendelsesområdet for forordning (EU) 2022[...]XX [retsakten om digitale tjenester], navnlig meget store **online**platforme, bør detaljeres yderligere på grundlag af den i denne forordning fastsatte definition af politisk reklame. Dette gælder især oplysninger om finansiering af politiske annoncer. [Kravene i denne forordning berører ikke bestemmelserne i retsakten om digitale tjenester, herunder hvad angår risikovurderings- og risikobegrænsningsforpligtelser for meget store onlineplatforme i forbindelse med deres reklamesystemer.]
- (33) Udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen og udbredelsen af politisk reklame kan omfatte en kompleks kæde af tjenesteudbydere. Dette er særlig tilfældet, hvis valget af reklameindhold, valget af målretnings- **og forstærknings**kriterier, leveringen af data, der anvendes til målretning **og forstærkning** af en annonce, bestemmelserne om målretnings- **og forstærkning**steknikker, leveringen af en annonce og udbredelsen heraf kan være kontrolleret af forskellige tjenesteudbydere. F.eks. kan automatiserede tjenester støtte matchning af profilen af brugeren af en grænseflade med det reklameindhold, der leveres, ved hjælp af personoplysninger, der tilvejebringes direkte fra brugeren af tjenesten og ud fra brugernes onlineadfærd og afledte data.

- (34) I betragtning af betydningen af navnlig at sikre effektiviteten af gennemsigtighedskravene, bl.a. for at lette tilsynet med overholdelsen af dem, bør udbydere af politiske reklametjenester sikre, at de relevante oplysninger, som de indsamler i forbindelse med leveringen af deres tjenester, herunder angivelse af, at en annonce er politisk, **er fuldstændig og nøjagtig og** formidles til den politiske reklameudgiver, som offentliggør den politiske annonce. For at støtte en effektiv gennemførelse af dette krav og en rettidig og nøjagtig formidling af disse oplysninger bør udbydere af politiske reklametjenester **videregive disse oplysninger samtidig med leveringen af den relevante tjeneste og** berede sig på at støtte en automatiseret videregivelse af oplysninger mellem udbydere af politiske reklametjenester. **Når udbydere af politiske reklametjenester bliver opmærksomme på, at de oplysninger, de har videregivet, er blevet ajourført, bør de sikre, at disse ajourførte oplysninger meddeles til de relevante politiske reklameudgivere.**
- (34a) Udbydere af politiske reklametjenester bliver opmærksomme på, at oplysningerne bør ajourføres, når sponsoren eller tjenesteudbyderen, der handler på dennes vegne, underretter udbyderen af politiske reklametjenester om en relevant ændring. Politiske reklameudgivere kan også blive opmærksomme på et sådant behov for ajourføring gennem den meddelelsesmekanisme, der er fastsat i denne forordning.**
- (34[...])b) Hvis udbydere af politiske reklametjenester[...] får kendskab til en åbenbar fejl, unøjagtighed eller ufuldstændighed [...] i de meddelte oplysninger, bør disse udbydere af politiske reklametjenester gøre en rimelig indsats for at sikre, at en sådan åbenbar fejl,[...] unøjagtighed eller ufuldstændighed rettes, navnlig ved at oplysningerne bekræftes af udbyderen af politiske reklametjenester [...], eller, hvis det er relevant, sponsoren selv. Udbyderen af politiske reklametjenester bør ikke være forpligtet til at indlede urimelig eller omkostningskrævende udredning [...]. Der kan også gøres en rimelig indsats i de kontraktlige aftaler mellem tjenesteudbydere og med sponsoren, hvis det er relevant.**

(34[...](c) En rimelig indsats bør omfatte omhyggelige og objektive skridt såsom at kontakte sponsoren eller den pågældende [...] udbyder af politiske reklametjenester for at supplere eller rette oplysningerne. Der bør tages hensyn til arten og betydningen af de fejlagtige eller manglende oplysninger i forbindelse med kravene i denne forordning.

- (35) I situationer, hvor der som følge af en kunstig kommerciel eller aftalt konstruktion er fare for, at de i forordningen fastsatte gennemsigtighedsforpligtelser omgås, bør disse forpligtelser finde anvendelse på den eller de enheder, der rent faktisk leverer reklametjenesten.

[...]

- (37) Selv om der fastsættes specifikke krav, bør ingen af de forpligtelser, der fastsat i denne forordning, forstås således, at de pålægger udbydere af formidlingstjenester en almindelig tilsynsforpligtelse for så vidt angår politisk indhold, der deles af fysiske eller juridiske personer, eller at de pålægger udbydere af formidlingstjenester en almindelig forpligtelse til at træffe proaktive foranstaltninger i forbindelse med ulovligt indhold eller ulovlige aktiviteter, som disse udbydere videregiver eller lagrer.

- (38) Gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame bør give borgerne mulighed for at forstå, at de har med en politisk annonce at gøre. Politiske reklameudgivere bør sikre, at der **sammen med** hver politisk annonce offentliggøres [...] [...] en klar erklæring om, at der er tale om en politisk annonce, samt oplysninger om sponsors identitet. Hvis det er relevant, kan sponsors navn omfatte et politisk logo. Politiske reklameudgivere bør gøre brug af mærkning, der fungerer efter hensigten, under hensyntagen til udviklingen inden for relevant videnskabelig forskning og bedste praksis for så vidt angår gennemsigtighed ved hjælp af mærkning af reklamer. **Visningen af erklæringen og sponsors navn kan variere afhængigt af de anvendte midler. I forbindelse med radiospredningstjenester kan der f.eks. gøres brug af en forudgående eller efterfølgende erklæring.** De bør også sikre, at der **sammen med** hver politisk annonce offentliggøres [...] oplysninger, der gør det muligt at forstå den bredere sammenhæng, som den politiske annonce og dens mål indgår i, og som enten kan være omfattet af selve annoncen eller formidles af udgiveren på dennes websted via et link, **en Quick Response-kode ("QR-kode")** eller en tilsvarende klar og brugervenlig henvisning, der indgår i annoncen.

- (39) Disse oplysninger bør angives i en gennemsigtighedsmeddelelse, der også bør omfatte sponsors identitet **og, hvis det er relevant, den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren,** med henblik på at støtte ansvarligheden i den politiske proces. Det bør klart angives, hvor sponsoren er etableret, og hvorvidt sponsoren er en fysisk eller juridisk person. Personoplysninger om enkeltpersoner, der er involveret i politisk reklame, og som ikke har forbindelse til sponsoren eller en anden involveret politisk aktør, bør ikke angives i gennemsigtighedsmeddelelsen. Gennemsigtighedsmeddelelsen bør også indeholde oplysninger om udbredelsesperioden, ethvert dermed forbundet valg, udgifterne til og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist for den specifikke annonce samt for hele reklamekampagnen, kilden til de anvendte midler og andre oplysninger til sikring af en rimelig udbredelse af den politiske annonce. Oplysninger om kilden til de anvendte midler vedrører f.eks. deres offentlige eller private oprindelse, og hvorvidt den har oprindelse i eller uden for Den Europæiske Union. Oplysninger om tilknyttede valg eller folkeafstemninger bør så vidt muligt omfatte et link til oplysninger fra officielle kilder om afholdelsen af og bestemmelserne for deltagelse eller fremme af deltagelse i de pågældende valg eller folkeafstemninger. **Gennemsigtighedsmeddelelsen bør være tilgængelig, straks når reklamen udgives eller udbredes, og de oplysninger, der vises, bør ajourføres, alt efter hvad der er relevant.** Gennemsigtighedsmeddelelsen bør endvidere indeholde oplysninger om, hvordan politiske annoncer anmeldes i overensstemmelse med den procedure, der er fastsat i denne forordning. Dette krav bør ikke berøre bestemmelserne om anmeldelse i henhold til artikel 14, 15 og 19 i forordning (EU) 2022[...]XXX [retsakten om digitale tjenester]. **Udbydere af politiske reklametjenester bør gøre en rimelig indsats for at sikre, at oplysningerne er fuldstændige og nøjagtige.**

- (40) De oplysninger, der skal indgå i gennemsigthedsmeddelelsen, bør fremgå af selve annoncen eller være lette at finde på basis af en angivelse i annoncen. **Visningen af oplysningerne kan variere afhængigt af de anvendte midler. Med henblik på at sikre, at det er let at få fat på oplysningerne i gennemsigthedsmeddelelsen i offlineannoncer, kan der f.eks. anvendes et særligt link til websiden, en Quick Response-kode ("QR-kode") eller tilsvarende brugervenlige tekniske foranstaltninger.** Kravet om, at oplysningerne om gennemsigthedsmeddelelsen bl.a. skal være klart synlige, bør indebære, at de indtager en fremtrædende plads i eller sammen med annoncen. Kravet om, at de oplysninger, der offentliggøres i gennemsigthedsmeddelelsen, skal være let tilgængelige, maskinlæsbare, hvis det er teknisk muligt, og brugervenlige bør medføre, at behovene hos personer med handicap imødekommes. Bilag I til direktiv (EU) 2019/882 (den europæiske retsakt om tilgængelighed) omfatter tilgængelighedskrav for oplysninger, herunder digitale oplysninger, der bør anvendes for at gøre politiske oplysninger tilgængelige for personer med handicap.
- (41) Gennemsigthedsmeddelelser bør udformes med henblik på at øge brugernes bevidsthed og bidrage til en klar identifikation af den politiske annonce som værende en sådan. **Når det er teknisk muligt,** bør de udformes således, at de fastholdes eller forbliver tilgængelige i tilfælde af, at en politisk annonce udbredes yderligere, f.eks. på en anden platform eller mellem enkeltpersoner. Oplysningerne i gennemsigthedsmeddelelsen bør offentliggøres, når udgivelsen af de politiske annoncer påbegyndes **og indtil udgivelsen [...] afsluttes. [...].** **Politiske reklameudgivere bør opbevare deres gennemsigthedsmeddelelser sammen med eventuelle ændringer i en periode på fem år efter den sidste udgivelse og efter anmodning stille dem til rådighed.** De opbevarede oplysninger bør også omfatte oplysninger om politisk reklame, som blev indstillet eller fjernet af udgiveren. **Udbydere af politiske reklametjenester, som ikke er meget store onlineplatforme som defineret i forordning (EU) 2022/XXX [forordningen om digitale tjenester], bør kunne beslutte, i hvilket format disse oplysninger opbevares.**

- (42) Eftersom politiske reklameudgivere formidler politiske annoncer til offentligheden, bør de offentliggøre eller udbrede disse oplysninger til offentligheden sammen med udgivelsen eller udbredelsen af den politiske annonce. Hvis politiske reklameudgivere bliver opmærksomme på, at en politisk reklame ikke opfylder gennemsigtighedskravene i denne forordning, f.eks. efter en individuel anmeldelse, bør de gøre en rimelig indsats for at opfylde kravene i denne forordning. Hvis oplysningerne ikke kan suppleres [...] eller rettes uden unødigt forsinkelse, bør politiske reklameudgivere ikke formidle eller bør indstille udgivelsen eller udbredelsen af politiske annoncer, der ikke opfylder gennemsigtighedskravene i denne forordning, til offentligheden. I en sådan situation bør politiske reklameudgivere underrette de pågældende udbydere af politiske reklametjenester og, hvis det er relevant, sponsoren om de rimelige skridt, der er taget for at opfylde kravene i denne forordning. Politiske reklameudgivere bør tilskyndes til at informere udbydere af politiske reklametjenester om klagemulighederne.
- (42a) Når sponsoren eller udbyderen af politiske reklametjenester bliver opmærksom på, at oplysninger, der videregives til eller offentliggøres af den politiske reklameudgiver, er ufuldstændige eller unøjagtige, bør de uden unødigt forsinkelse kontakte den pågældende politiske reklameudgiver og bør videregive de fuldstændige eller rettede oplysninger til den politiske reklameudgiver.
- (42b) Kontraktlige aftaler kan indeholde en bestemmelse, der gør det muligt at opkræve et rimeligt gebyr for de foranstaltninger, der træffes for at supplere eller rette oplysningerne.
- (42[...])c) Ved opfyldelsen af disse forpligtelser bør udbydere af politiske reklametjenester handle upartisk og under behørig hensyntagen til de grundlæggende rettigheder og andre rettigheder og legitime interesser. Udbydere af politiske reklametjenester bør især tage behørigt hensyn til ytringsfriheden og adgang til oplysninger, herunder mediefrihed og mediernes pluralisme.

- (42[...].d)** Desuden bør politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme, jf. forordning (EU) 202[...].2/XXX [retsakten om digitale tjenester], formidle oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen **i realtid** via de databaser med annoncer, der offentliggøres i henhold til artikel 30 i nævnte forordning [retsakten om digitale tjenester]. **Det er hensigtsmæssigt at sikre en yderligere detaljeringsgrad af de gennemsigtighedskrav, der er fastsat for de databaser, der er omhandlet i artikel 30 i forordning (EU) 2021/XX [retsakt om digitale tjenester]. Dette vedrører navnlig oplysninger om fjernede politiske annoncer og årsagen til tilbagetrækningen heraf. Desuden kan meget store onlineplatforme offentliggøre andre oplysninger om annoncens indflydelse, herunder oplysninger om klikrate. Andre udbydere af den politiske reklametjeneste bør tilskyndes til at oprette lignende databaser med politiske annoncer.** Dette vil lette det arbejde, der udføres af berørte aktører, herunder forskere, i deres særlige rolle, når det kommer til at støtte frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger og fair valgkampagner, bl.a. ved nøje at undersøge sponsorerne af politiske annoncer og analysere det politiske annoncemiljø.
- (43) I tilfælde, hvor udbyderen af den politiske reklametjeneste, der stiller kapacitet til rådighed for eller på anden måde lagrer og leverer indholdet af en politisk annonce, er forskellig fra udbyderen af den politiske reklametjeneste, som kontrollerer webstedet eller en anden grænseflade, der i sidste ende [...] **viser** den politiske annonce, bør disse betragtes sammen som reklameudgivere med ansvar for den specifikke tjeneste, de yder, således at der sikres mærkning og adgang til gennemsigtighedsmeddelelsen og relevante oplysninger. De aftaler, som de indgår, bør afspejle den måde, hvorpå de har til hensigt at sikre overholdelse af denne forordning.

- (44) Oplysninger om udgifterne til og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist som modydelse for politiske reklametjenester, kan med fordel bidrage til den politiske debat. Det er nødvendigt at sikre, at der kan skaffes passende overblik over politiske reklameaktiviteter i de årlige rapporter, der udarbejdes af de relevante **udbydere af politiske reklame[...]tjenester**. Til støtte for tilsyn og ansvarlighed bør der heri indgå oplysninger om udgifter til målretning **eller forstærkning** af politisk reklame i den relevante periode, fordelt på kampagne eller kandidat. For at undgå uforholdsmæssigt store byrder bør disse rapporteringsforpligtelser vedrørende gennemsigthed ikke finde anvendelse på virksomheder, der er omfattet af artikel 3, **stk. 1**-[...]3[...], i direktiv 2013/34/EU.
- (45) Politiske reklameudgivere, der leverer politiske reklametjenester, bør indføre mekanismer, der gør det muligt for enkeltpersoner at meddele reklameudgiverne, at en bestemt politisk annonce, som de har udgivet, ikke opfylder kravene i denne forordning. De mekanismer, der skal anvendes i forbindelse hermed, bør være lette at tilgå og anvende og bør tilpasses den form for reklame, der distribueres af reklameudgiveren. Disse mekanismer bør så vidt muligt kunne tilgås fra selve annoncen, f.eks. på reklameudgiverens websted. **Politiske reklameudgivere bør om nødvendigt indføre tekniske foranstaltninger til sikring af minimumsstandards for IT-sikkerhed, herunder foranstaltninger til beskyttelse mod automatiserede anmeldelser.** Politiske reklameudgivere bør kunne benytte eksisterende mekanismer, hvor det er relevant. **Eksempelvis kan politiske reklameudgivere, hvis [...]** de er udbydere af hostingtjenester, jf. retsaken om digitale tjenester, **for så vidt angår politiske annoncer, der hostes på anmodning af modtagerne af tjenesterne, i henhold til artikel 14 i retsaken om digitale tjenester anvende anmeldelsesmekanismen på anmeldelser om sådanne annoncer manglende overholdelse af denne forordning.** [...]

- (45a) De politiske reklameudgivere [...] bør [...] gøre en rimelig [...] indsats for [...] omhyggeligt og objektivt og uden unødigt forsinkelse at behandle de anmeldelser, der modtages i henhold til denne forordnings [...] stk. [...]. Hvis en anmeldelse indeholder tilstrækkelige oplysninger til, at en omhyggelig politisk reklameudgiver uden at foretage en detaljeret undersøgelse kan konstatere, at en oplysning mangler eller er unøjagtig, bør den politiske reklameudgiver anses for at være bekendt med unøjagtigheden eller ufuldstændigheden og bør skride til handling ved uden unødigt forsinkelse at kontakte de relevante tjenesteudbydere og, hvis det er relevant, sponsoren. Den politiske reklameudgiver underretter [...] ophavsmanden til anmeldelsen [...] om opfølgningen på anmeldelsen [...]. [...], [...]**
- (45b) For at sikre, at gennemsigtighedskraverne er effektive i forbindelse med et valg eller en folkeafstemning, bør politiske reklameudgivere inden for den sidste måned forud for valget eller folkeafstemningen behandle enhver anmeldelse, som de modtager om annoncer forbundet med det pågældende [...] valg eller den pågældende folkeafstemning, inden for 48 timer ved at kontakte de pågældende udbydere af politiske reklametjenester [...] og, hvis det er relevant, sponsoren.**

(45c) Enhver foranstaltning, der træffes af en politisk reklameudgiver, bør være nøje målrettet, i den forstand at den bør tjene til at rette, supplere eller fjerne specifikke oplysninger, der ikke opfylder kravene i denne forordning, under behørig hensyntagen til ytrings- og informationsfriheden og andre grundlæggende rettigheder.

(46) For at give specifikke enheder mulighed for at varetage deres demokratiske funktion bør der fastsættes regler for videregivelse af oplysninger, der offentliggøres sammen med den politiske annonce eller indgår i gennemsigtighedsmeddelelsen, til berørte aktører såsom kontrolunderlagte forskere, journalister, civilsamfundsorganisationer og [...] **anerkendte** valgobservatører med henblik på at støtte deres respektive roller i den demokratiske proces. Udbydere af politiske reklametjenester bør ikke være forpligtede til at besvare anmodninger, der er åbenbart grundløse, **uklare** eller overdrevne. Den relevante tjenesteudbyder bør desuden kunne opkræve et rimeligt gebyr i tilfælde af [...] omkostningskrævende anmodninger under hensyn til de administrative omkostninger, der er forbundet med at give oplysningerne.

(47) Personoplysninger, der tilvejebringes direkte fra enkeltpersoner eller indirekte som f.eks. via afledte data, hvor enkeltpersoner grupperes efter deres formodede interesser eller udledes af deres onlineaktivitet, adfærdsprofilering og andre analyseteknikker, anvendes i stigende grad til at rette politiske budskaber mod grupper, enkelte vælgere eller enkeltpersoner og til at forstærke deres virkning. På grundlag af behandlingen af personoplysninger, navnlig **særlige kategorier af person**oplysninger [...] i henhold til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679⁴ og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725⁵, kan forskellige grupper af vælgere eller enkeltpersoner segmenteres, og deres karakteristika eller sårbarheder udnyttes, f.eks. ved at udbrede annoncer på bestemte tidspunkter og på specifikke steder med henblik på at udnytte situationer, hvor de ville være følsomme over for en bestemt type oplysninger/budskaber. Dette kan i særlig grad skade borgernes grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder for så vidt angår behandlingen af deres personoplysninger og deres frihed til at modtage objektive oplysninger, til at danne sig deres egen mening, til at træffe politiske beslutninger og til at udøve deres stemmeret. Dette indvirker negativt på den demokratiske proces. Der bør fastsættes yderligere restriktioner og betingelser sammenlignet med forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725. Betingelserne i denne forordning for anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger i forbindelse med politisk reklame, bør baseres på artikel 16 i TEUF.

⁴ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679 af 27. april 2016 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af direktiv 95/46/EF (generel forordning om databeskyttelse) (EUT L 119 af 4.5.2016, s. 1).

⁵ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725 af 23. oktober 2018 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger i Unionens institutioner, organer, kontorer og agenturer og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af forordning (EF) nr. 45/2001 og afgørelse nr. 1247/2002/EF (EUT L 295 af 21.11.2018, s. 39).

- (48) [Målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, der omfatter behandling af oplysninger, jf. artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725, bør derfor forbydes. Anvendelsen af sådanne teknikker bør kun tillades, hvis de anvendes af de dataansvarlige eller en person, der handler på disses vegne, på grundlag af den registreredes udtrykkelige samtykke eller en stiftelse, en sammenslutning eller et andet organ, som ikke arbejder med profit for øje, og hvis sigte er af politisk, filosofisk, religiøs eller fagforeningsmæssig art, som led i deres legitime aktiviteter og med de fornødne garantier, og på betingelse af at behandlingen alene vedrører organets medlemmer, tidligere medlemmer eller personer, der på grund af organets formål er i regelmæssig kontakt hermed, og at personoplysningerne ikke videregives uden for organet uden den registreredes samtykke. Dette bør ledsages af specifikke garantier. Samtykke skal forstås som et samtykke som omhandlet i forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725. Det bør derfor ikke være muligt at kunne påberåbe sig de undtagelser, der er fastsat i henholdsvis artikel 9, stk. 2, litra b), c), e), f), g), h), i) og j), i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 2, litra b), c), e), f), g), h), i) og j), i forordning (EU) 2018/1725, ved anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker til udgivelse, promovering eller udbredelse af politiske reklame, der indebærer i behandling af personoplysninger som omhandlet i artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725.]

- (49) For at sikre øget gennemsigtighed og ansvarlighed bør **de** dataansvarlige ved anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, der indebærer behandling af personoplysninger, indføre yderligere garantier. **Disse yderligere garantier bør supplere eksisterende garantier, herunder dem, der vedrører automatiske afgørelser i overensstemmelse med artikel 24 i forordning (EU) 2016/679 og artikel 26 i forordning (EU) 2018/1725.** De bør udarbejde og efterleve retningslinjer for anvendelsen af sådanne teknikker til målrettet at gå efter enkeltpersoner eller til at forstærke indholdet, samt registrere deres relevante aktiviteter. Ved udgivelse, promovering eller udbredelse af en politisk annonce, hvor der gøres brug af målretnings- og forstærkningsteknikker, bør de dataansvarlige sammen med den politiske annonce formidle brugbare oplysninger, der gør det muligt for den pågældende at forstå begrundelsen for og de vigtigste parametre i den anvendte målretning og brugen af tredjepartsdata og yderligere analyseteknikker, herunder om målretningen af annoncen blev yderligere optimeret i forbindelse med leveringen.
- (50) Politiske reklameudgivere, der gør brug af målretnings- eller forstærkningsteknikker, bør i deres gennemsigtighedsmeddelelse medtage oplysninger, der gør det muligt for den pågældende at forstå fremgangsmåden bag og de vigtigste parametre i den anvendte teknik og brugen af oplysninger fra tredjemand og yderligere analyseteknikker, der anvendes, samt en **klar angivelse, f.eks. et link til et websted, af hvor [...] [...] de** dataansvarliges relevante politik **let kan hentes.**
- (50a)** Hvis **de** dataansvarlige ikke er **de** samme som reklameudgiveren, bør **de** dataansvarlige fremsende de interne retningslinjer til den politiske reklameudgiver [...] **og sikre, at de nødvendige oplysninger videregives til den politiske reklameudgiver. Oplysningerne bør fremsendes rettidigt og nøjagtigt.**
- (50b)** Udbydere af reklametjenester bør [...] videregive de oplysninger, der er nødvendige for at overholde forpligtelserne i denne forordning, til den politiske reklameudgiver. Videregivelsen af sådanne oplysninger kan være automatiseret og integreret i de almindelige forretningsprocesser på basis af standarder.

- (51) For yderligere at sætte enkeltpersoner i stand til at udøve deres databeskyttelsesrettigheder bør de politiske reklameudgivere stille yderligere oplysninger og effektive værktøjer til rådighed for den pågældende registrerede til støtte for udøvelsen af deres rettigheder i henhold til EU's databeskyttelsesregler, herunder til at gøre indsigelse mod eller trække deres samtykke tilbage, når de gøres til genstand for en målrettet politisk annonce. Disse oplysninger bør også være lette at hente direkte fra gennemsigthedsmeddelelsen. De værktøjer, der stilles til rådighed for enkeltpersoner til støtte for udøvelsen af deres rettigheder, bør effektivt kunne forhindre, at en enkeltperson gøres til genstand for målrettede politiske annoncer, og forhindre målretning på basis af specifikke kriterier og af en eller flere specifikke dataansvarlige.
- (52) Kommissionen bør tilskynde til udarbejdelse af adfærdskodekser, jf. artikel 40 i forordning (EU) 2016/679, til støtte for udøvelsen af de registreredes rettigheder i denne forbindelse.
- (53) De oplysninger, der skal fremlægges i overensstemmelse med alle de krav, der gælder for anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker i henhold til denne forordning, bør vises i et format, der er let tilgængeligt, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog.
- (54) Der bør fastsættes regler for videregivelse af oplysninger om målretning til andre berørte enheder. Den gældende ordning bør være i overensstemmelse med den ordning for videregivelse af oplysninger, der er knyttet til gennemsigthedskravene.
- (55) Udbydere af politiske reklametjenester, der er etableret i et tredjeland, og som præsterer tjenesteydelser i Unionen, bør udpege en bemyndiget retlig repræsentant i Unionen for at muliggøre et effektivt tilsyn i henhold til denne forordning for så vidt angår disse udbydere. Den retlige repræsentant kan være den repræsentant, der er udpeget på grundlag af artikel 27 i forordning (EU) 2016/679, eller den repræsentant, der er udpeget på grundlag af artikel 11 i forordning (EU) 2022[...]/xxx [retsakten om digitale tjenester].

- (56) For at sikre et effektivt tilsyn inden for rammerne af denne forordning er det nødvendigt at give tilsynsmyndighederne kompetence til at overvåge og håndhæve de relevante regler. Afhængigt af hver enkelt medlemsstats retssystem og i overensstemmelse med gældende EU-ret, herunder forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], kan der med henblik herpå udpeges forskellige nationale retslige eller administrative myndigheder.
- (57) For så vidt angår tilsyn med onlineformidlingstjenester inden for rammerne af denne forordning bør medlemsstaterne udpege kompetente myndigheder og sikre, at et sådant tilsyn stemmer overens med det tilsyn, som føres af de kompetente myndigheder, der er udpeget i henhold til artikel 38 i forordning (EU) [retsakten om digitale tjenester]. Ifølge forordning (EU) [retsakten om digitale tjenester] bør koordinаторerne for digitale tjenester i hver medlemsstat under alle omstændigheder være ansvarlige for at sikre koordinering på nationalt plan med hensyn til disse spørgsmål og om nødvendigt indgå i et grænseoverskridende samarbejde med andre koordinаторer for digitale tjenester i overensstemmelse med de mekanismer, der er fastsat i forordning (EU) [retsakten om digitale tjenester]. Som led i anvendelsen af denne forordning bør denne mekanisme begrænses til det nationale samarbejde mellem koordinаторerne for digitale tjenester og bør ikke udvides til EU-niveau som fastsat i forordning (EU) [retsakten om digitale tjenester].
- (58) For så vidt angår tilsyn med de aspekter af denne forordning, der ikke henhører under tilsynsmyndighedernes kompetence i henhold til forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/725, bør medlemsstaterne udpege kompetente myndigheder. For at støtte opretholdelsen af de grundlæggende rettigheder og frihedsrettighederne, retsstatsprincippet, de demokratiske principper og borgernes tillid til tilsynet med politiske reklame er det nødvendigt, at disse myndigheder er strukturelt uafhængige af indblanding udefra eller politisk pres og har passende beføjelser til effektivt at overvåge og træffe de nødvendige foranstaltninger til at sikre overholdelsen af denne forordning, navnlig forpligtelserne i artikel 7. Medlemsstaterne kan udpege de nationale tilsynsmyndigheder eller -organer, der er udpeget i henhold til artikel 30 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU⁶.

⁶ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU af 10. marts 2010 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (direktiv om audiovisuelle medietjenester) (EUT L 95 af 15.4.2010, s. 1).

- (59) Hvis der allerede findes regler i EU-retten om videregivelse af oplysninger til kompetente myndigheder og samarbejde med og mellem disse myndigheder såsom artikel 9 i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester] eller reglerne i forordning (EU) 2016/679, bør disse regler finde tilsvarende anvendelse på de relevante bestemmelser i nærværende forordning.
- (60) De myndigheder, der har kompetence til at føre tilsyn med overholdelsen af reglerne i denne forordning, bør samarbejde både på nationalt plan og på EU-plan ved at gøre bedst mulig brug af eksisterende strukturer, herunder nationale samarbejdsnetværk, det europæiske valgsamarbejdsnetværk som omhandlet i henstilling C(2018) 5949 final og Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester, der er nedsat ved direktiv 2010/13/EU. Et sådant samarbejde bør fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål, der vedrører udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver efter denne forordning, herunder ved i fællesskab at identificere overtrædelser, udveksle resultater og ekspertise og samarbejde om anvendelsen og håndhævelsen af relevante regler.

- (61) For at lette en effektiv anvendelse af de forpligtelser, der er fastsat i forordningen, er det nødvendigt at give de nationale myndigheder beføjelse til at anmode tjenesteudbydere om relevante oplysninger om gennemsigtigheden i politiske annoncer. Oplysninger, der skal videregives til de kompetente myndigheder, kan vedrøre en reklamekampagne, opdeles efter år eller vedrøre specifikke annoncer. For at sikre, at anmodninger om sådanne oplysninger kan efterkommes på en effektiv måde, og at udbydere af politiske reklametjenester samtidig ikke pålægges uforholdsmæssige byrder, er det nødvendigt at fastsætte visse betingelser, som bør opfyldes i forbindelse med disse anmodninger. Navnlig med henblik på rettidig overvågning af en valgproces bør udbydere af politiske reklametjenester reagere hurtigt på anmodninger fra kompetente myndigheder og altid inden for [...] ti arbejdsdage efter modtagelsen af anmodningen. **I løbet af valgkampagnens sidste måned bør overtrædelse af disse bestemmelser anses for at have en negativ og betydelig indvirkning på borgernes rettigheder, og udbydere af politiske reklametjenester bør derfor fremlægge de ønskede oplysninger inden for 48 timer.** Af hensyn til retssikkerheden og i overensstemmelse med retten til at gøre indsigelse bør anmodninger om oplysninger fra en kompetent myndighed indeholde en fyldestgørende begrundelse og oplysninger om tilgængelige klagemuligheder. Udbydere af politiske reklametjenester bør udpege et kontaktpunkt til kommunikation med de kompetente myndigheder. Sådanne kontaktpunkter kan være elektroniske.
- (62) Medlemsstaterne bør udpege et kontaktpunkt på EU-plan med henblik på denne forordning. Kontaktpunktet bør om muligt være medlem af det europæiske valgsamarbejdsnetværk. Kontaktpunktet bør fremme samarbejdet blandt de kompetente myndigheder mellem medlemsstaterne om deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver, navnlig ved at formidle kontakten med kontaktpunkterne i andre medlemsstater og med de kompetente myndigheder i deres egne.

- (63) Medlemsstaternes myndigheder bør sikre, at der ved tilsidesættelse af de forpligtelser, der er fastsat i denne forordning, pålægges administrative bøder eller økonomiske sanktioner. I forbindelse hermed bør de tage hensyn til overtrædelsens art, grovhed, gentagne karakter og varighed set i lyset af de samfundsmæssige hensyn, der varetages, omfanget og arten af de aktiviteter, der udføres, samt den krænkende parts økonomiske formåen. I den forbindelse bør der tages hensyn til den afgørende rolle, som forpligtelserne i artikel 7 spiller for en effektiv opfyldelse af målene i nærværende forordning. De bør endvidere lægge vægt på, om den pågældende tjenesteudbyder systematisk eller gentagne gange undlader at opfylde sine forpligtelser efter denne forordning, herunder ved at forsinke videregivelsen af oplysninger til berørte enheder, samt, hvor det er relevant, om udbyderen af politiske reklametjenester er aktiv i flere medlemsstater. Økonomiske sanktioner og administrative bøder skal i hvert enkelt tilfælde være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelsen og have afskrækkende virkning under behørig hensyntagen til, at der stilles tilstrækkelige og tilgængelige proceduremæssige garantier til rådighed, og navnlig for at sikre, at den politiske debat forbliver åben og tilgængelig.
- (64) De kompetente myndigheders udøvelse af beføjelser efter denne forordning bør være underlagt fornødne proceduremæssige garantier i overensstemmelse med EU-retten og national ret, bl.a. effektive retsmidler og en forskriftsmæssig procedure.
- (65) Medlemsstaterne bør i tilstrækkelig god tid inden valgproceduren indledes offentliggøre den nøjagtige varighed af deres valgperioder, således som de er fastsat efter deres valgtraditioner.

- (66) For at opfylde målene i denne forordning bør beføjelsen til at vedtage retsakter i overensstemmelse med traktatens artikel 290 delegeres til Kommissionen for så vidt angår artikel 7, stk. 7, med henblik på yderligere at præcisere, i hvilken form kravene til formidling af oplysninger i gennemsigtighedsmeddelelserne efter den nævnte bestemmelse bør stilles til rådighed, og for så vidt angår artikel 12, stk. 8, med henblik på yderligere at præcisere, i hvilken form kravene til formidling af oplysninger om målretning bør stilles til rådighed. Det er navnlig vigtigt, at Kommissionen gennemfører relevante høringer, herunder af sagkyndige, der udpeges af hver enkelt medlemsstat, og at disse høringer gennemføres i overensstemmelse med principperne i den interinstitutionelle aftale af 13. april 2016 om bedre lovgivning.
- For at sikre lige deltagelse i forberedelsen af delegerede retsakter modtager Europa-Parlamentet og Rådet navnlig alle dokumenter på samme tid som medlemsstaternes eksperter, og deres eksperter har systematisk adgang til møder i Kommissionens ekspertgrupper, der beskæftiger sig med forberedelse af delegerede retsakter.
- (67) Senest to år efter hvert valg til Europa-Parlamentet bør Kommissionen forelægge en offentlig rapport om evalueringen og revisionen af denne forordning. Ved udarbejdelsen af denne rapport bør Kommissionen også tage hensyn til gennemførelsen af denne forordning i forbindelse med andre valg og folkeafstemninger, der finder sted i Unionen. I rapporten bør det bl.a. undersøges, om bestemmelserne i bilagene til denne forordning fortsat er hensigtsmæssige, og overvejes, om der er behov for at ændre dem.
- (68) Forordning (EU) nr. 1141/2014 om statut for og finansiering af europæiske politiske partier og europæiske politiske fonde indeholder supplerende forpligtelser vedrørende europæiske politiske partiers anvendelse af politisk reklame.

- (69) Eftersom målene i denne forordning, nemlig at bidrage til et velfungerende indre marked for politisk reklame og relaterede tjenester og fastsætte regler for anvendelse af målretning i forbindelse med udgivelse og udbredelse af politisk reklame, ikke i tilstrækkelig grad kan opfyldes af medlemsstaterne og derfor bedre kan opfyldes på EU-plan, kan Unionen vedtage denne forordning i overensstemmelse med nærhedsprincippet, jf. artikel 5 i TEU. I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet, jf. ovennævnte bestemmelse, går denne forordning ikke videre, end hvad der er nødvendigt for at nå disse mål.
- (70) Denne forordning berører ikke de regler, der navnlig er fastsat ved direktiv 2000/31/EF, herunder reglerne om formidleransvar for tjenesteydere i nævnte direktivs artikel 12-15, som ændret ved forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale markeder], direktiv 2002/58/EF og forordning (EU) XXX [e-databeskyttelsesforordningen] samt direktiv 2010/13/EU, direktiv 2000/31/EF, direktiv 2002/58/EF, direktiv 2005/29/EF, direktiv 2011/83/EU, direktiv 2006/114/EF, direktiv 2006/123/EF og forordning (EU) 2019/1150.
- (71) Den Europæiske Tilsynsførende for Databeskyttelse er blevet hørt i overensstemmelse med artikel 42, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725 og afgav en udtalelse den XX XX 2022 –

VEDTAGET DENNE FORORDNING:

KAPITEL I – ALMINDELIGE BESTEMMELSER

Artikel 1

Genstand og[...] mål

1. Ved denne forordning fastsættes:

- a) harmoniserede gennemsigtighedsforpligtelser for udbydere af politisk reklame og relaterede tjenester til at opbevare, fremlægge og offentliggøre oplysninger, der er forbundet med leveringen af sådanne tjenester
- b) harmoniserede regler for anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med udgivelse, udbredelse eller promovning af politisk reklame, hvor der [...] **behandles** personoplysninger.

[...]

[...] **2.** Formålet med denne forordning er:

- a) at bidrage til et velfungerende indre marked for politisk reklame og relaterede tjenester
- b) at beskytte fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger.

[...]

Artikel 1a

Anvendelsesområde

- 1. Denne forordning finder anvendelse på politisk reklame, der udarbejdes, placeres, promoveres, udgives eller udbredes i Unionen, eller som er rettet mod enkeltpersoner i en eller flere medlemsstater, uanset hvor udbyderen af politiske reklametjenester [...]er etableret, og uanset hvilke midler der anvendes.**
- 2. Denne forordning berører hverken indhold i politisk reklame eller Unionens eller medlemsstaternes regler, der regulerer visningen af politisk reklame i valgperioder og gennemførelsen af politiske kampagner.**

3. Denne forordning berører ikke bestemmelserne i følgende:

- a) direktiv 2000/31/EF**
- b) direktiv 2002/58/EF og forordning (EU) XXX [e-databeskyttelsesforordningen]**
- c) direktiv 2005/29/EF**
- d) direktiv 2006/114/EF**
- e) direktiv 2006/123/EF**
- f) direktiv 2010/13/EU**
- g) direktiv 2011/83/EU**
- h) forordning (EU) 2019/1150**
- i) [forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester]].**

Artikel 2

Definitioner

I denne forordning forstås ved[...]:

- 1) "tjeneste": enhver selvstændig erhvervsvirksomhed, der normalt udføres mod betaling, jf. artikel 57 i TEUF

- 2) "politisk reklame": udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse eller udbredelse på en hvilken som helst måde af en meddelelse:
- a) af, for eller på vegne af en politisk aktør, medmindre den er af rent privat eller kommerciel karakter, eller
 - b) som kan **og har til formål at** påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces eller stemmeadfærden.

Det omfatter ikke politiske holdninger, som kommer til udtryk under en tjenesteudbyders redaktionelle ansvar [...] i ethvert medie [...], medmindre tjenesteudbyderen er aflønnet for den udtrykte politiske holdning.

- 3) "politisk annonce": et konkret tilfælde af politisk reklame, **der udgives eller udbredes på en hvilken som helst måde**
- 4) "politisk aktør": en af følgende:
- a) et politisk parti som defineret i artikel 2, nr. 1), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014 eller en enhed [...] med tilknytning til [...] et sådant politisk parti
 - b) en politisk alliance som defineret i artikel 2, nr. 2), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014
 - c) et europæisk politisk parti som defineret i artikel 2, nr. 3), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014
 - d) en kandidat til **eller indehaver** af ethvert folkevalgt embede på [...] **EU-plan**, nationalt, regionalt og lokalt plan eller til en ledende stilling i et politisk parti

[...]

- f) et [...] medlem af **EU-institutionerne med undtagelse af Den Europæiske Unions Domstol, Den Europæiske Centralbank og Revisionsretten eller af en** regering [...] **i medlemsstaterne** på nationalt, regionalt eller lokalt plan
- g) en politisk kampagneorganisation med eller uden status som juridisk person, der er oprettet med henblik på at [...] **påvirke resultatet af** [...] valg eller folkeafstemninger
- h) enhver fysisk eller juridisk person, der repræsenterer eller handler på vegne af de personer eller organisationer, der er omhandlet i litra a)-g)[...], **og** som promoverer et eller flere af disse personers eller organisationers politiske mål
- 5) "politisk reklametjeneste": en tjeneste bestående af politisk reklame, dog ikke en onlineformidlingstjeneste, jf. artikel 2, litra f), i forordning (EU) 202[...]**2**/XXX [retsakten om digitale tjenester], der leveres uden vederlag for placeringen, **promoveringen**, udgivelsen eller udbredelsen af den specifikke meddelelse

5a) "udbyder af politiske reklametjenester ": en fysisk eller juridisk person, der leverer politiske reklametjenester, med undtagelse af rent accessoriske tjenester

- 6) "politisk reklamekampagne": udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse eller udbredelse af en række indbyrdes forbundne **politiske** annoncer i forbindelse med en kontrakt om politisk reklame med udgangspunkt i fælles forberedelse, sponsorering eller finansiering
- 7) "sponsor": fysisk eller juridisk person, på hvis vegne en politisk annonce udarbejdes, placeres, **promoveres**, udgives eller udbredes
- 8) "målretnings[...]teknikker": teknikker, der anvendes [...] til at rette en skræddersyet politisk annonce mod en bestemt person eller gruppe af personer[...]

8a) "forstærkningsteknikker": teknikker, der anvendes til at øge udbredelsen, rækkevidden eller synligheden af en politisk annonce

- 9) "valgperiode": periode, der går forud for, strækker sig over eller kommer umiddelbart efter et valg eller en folkeafstemning i en medlemsstat, og hvor kampagneaktiviteterne er underlagt **medlemsstaternes** særlige regler
- 10) "relevant vælgerbefolkning": gruppe af enkeltpersoner, som er berettiget til at stemme ved det valg eller den folkeafstemning, der afholdes i den medlemsstat, hvor en politisk annonce [...] **udgives eller udbredes**, og som kan omfatte samtlige vælgere i en medlemsstat
- 11) "politisk reklameudgiver": en **udbyder af politiske reklametjenester** [...], der **udgiver eller udbreder reklamer** [...] ved hjælp af et hvilket som helst medie
- 12) "dataansvarlig": en dataansvarlig i henhold til artikel 3 [...], stk. 8, i forordning (EU) 2016/679 eller, hvor det er relevant, artikel 4, stk. 8, i forordning (EU) 2018/1725.

For så vidt angår stk. 1, nr. 2), betragtes meddelelser fra officielle kilder [...] **, der udelukkende vedrører** afholdelse af og bestemmelser for deltagelse i valg eller folkeafstemninger eller fremme af deltagelse i valg eller folkeafstemninger, ikke som politisk reklame.

Artikel 2a

Identifikation af en politisk annonce

Med henblik på at afgøre, om et budskab udgør en politisk annonce, jf. artikel 2, nr. 2), litra b), skal der tages hensyn til alle dens karakteristika og navnlig til følgende relevante faktorer:

- a) **budskabets indhold**
- b) **budskabets sponsor**
- c) **det sprog, der anvendes til at formidle budskabet, hvordan budskabet promoveres, udgives eller udbredes, og målgruppen**
- d) **den sammenhæng, som budskabet formidles i, herunder udbredelsesperioden såsom valg- eller folkeafstemningsperioder og lovgivnings- eller sagsbehandlingsprocesser**
- e) **budskabets formål.**

Artikel 3

[...] Princip om det indre marked

1. Medlemsstaterne må af årsager forbundet med gennemsigtighed **af politisk reklame** ikke opretholde eller indføre bestemmelser eller foranstaltninger, der fraviger dem, der er fastsat i denne forordning.
2. Bestemmelsen[...] om politiske reklametjenester må ikke ophæves eller begrænses af gennemsigtighedsgrunde, hvis kravene i denne forordning er opfyldt.

KAPITEL II – GENNEMSIGTIGHEDSFORPLIGTELSE I FORBINDELSE MED POLITISKE REKLAMETJENESTER

Artikel 4

Gennemsigtighed af politiske reklametjenester

- 1.** Politiske reklametjenester leveres på en gennemsigtig måde i overensstemmelse med de forpligtelser, der er fastsat i [...] denne forordnings **kapitel 2**.
- 2.** **Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at det i de kontraktlige aftaler, der indgås med henblik på levering af en politisk reklametjeneste, præciseres, hvordan de relevante bestemmelser i denne forordning er overholdt.**

Artikel 5

Identificering af politiske reklametjenester

- 1.** Udbydere af reklametjenester anmoder sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, om at erklære, hvorvidt den reklametjeneste, de anmoder tjenesteudbyderen om at udføre, udgør en politisk reklametjeneste som omhandlet i artikel 2, stk. 5. Sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, skal afgive en sådan erklæring **på tro og love**.
- 2.** Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at de kontraktlige aftaler, der indgås med henblik på levering af en politisk reklametjeneste[...], **indeholder krav om, at sponsoren eller udbydere af reklametjenester, der handler på vegne[...] af sponsorer, giver de relevante oplysninger, der er nødvendige for at overholde artikel 6, stk. 1. Disse oplysninger skal videregives [...] fuldstændigt og nøjagtigt uden unødigt forsinkelse.**

- 3. I tilfælde af en erklæring, der er åbenbart urigtig, eller oplysninger, der er åbenbart urigtige, anmoder udbydere af reklametjenester sponsorer eller udbydere af reklametjenester, der handler på sponsoreres vegne, om at rette deres erklæring. Sponsorer eller udbydere af reklametjenester, der handler på sponsoreres vegne, skal foretage en sådan rettelse fuldstændigt og nøjagtigt uden unødigt forsinkelse.**

Artikel 6

Registrering [...]

1. Udbydere af politiske reklametjenester opbevarer de oplysninger, som de tilvejebringer i forbindelse med leveringen af deres tjenester, om følgende:
 - a) den politiske annonce eller politiske reklamekampagne, som tjenesten eller tjenesterne er knyttet til
 - b) den eller de specifikke tjenester, **som de** leverer i forbindelse med den politiske reklame
 - c) de beløb, som de har faktureret for den eller de leverede tjenester, og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist som modydelse for den eller de leverede tjenester[...], **og kilderne hertil**
 - d) [...] identiteten af sponsoren **af den politiske annonce og, hvis det er relevant, den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren,** [...] **deres** kontaktoplysninger **og for juridiske personers vedkommende deres etableringssted, og**
 - e) **hvis det er relevant, en angivelse af de relevante valg eller [...]**
folkeafstemninger, som den politiske annonce er knyttet til.
2. De i stk. 1 omhandlede oplysninger afgives i [...] **skriftlig eller** [...] elektronisk form. Sådanne oplysninger opbevares i en periode på fem år fra datoen for den seneste udarbejdelse, placering, udgivelse, **promovering** eller udbredelse, alt efter hvad der er relevant.

[...]

Artikel 6a

Videregivelse af oplysninger til den politiske reklameudgiver

1. Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at de i artikel 6, stk. 1 omhandlede oplysninger rettidigt, fuldstændigt og nøjagtigt meddeles den politiske reklameudgiver, som vil udgive eller udbrede den politiske annonce, således at de politiske reklameudgivere kan opfylde deres forpligtelser efter denne forordning. Udbydere af politiske reklametjenester skal gøre en rimelig indsats for at sikre, at de oplysninger, der opbevares i henhold til artikel 6, stk. 1, er fuldstændige og nøjagtige.

Når den politiske reklameudgiver er den eneste udbyder af politiske reklametjenester, skal sponsoren meddele de relevante oplysninger til den politiske reklameudgiver.
2. Udbydere af politiske reklametjenester videregiver disse oplysninger samtidig med leveringen af den relevante tjeneste i overensstemmelse med bedste praksis og branchestandarder ved hjælp af en standardiseret automatiseret procedure, hvis det er teknisk muligt.
3. Når udbydere af politiske reklametjenester bliver opmærksomme på, at de oplysninger, de har videregivet, er blevet ajourført, sikrer de, at disse ajourførte oplysninger meddeles til de relevante politiske reklameudgivere.

Gennemsigtighedskrav i forbindelse med hver politisk annonce

1. **Den politiske reklameudgiver** [...] **skal** [...] **sammen med hver politisk annonce** [...] stille følgende oplysninger til rådighed på en klar, fremtrædende og utvetydig måde:
 - a) en erklæring om, at der er tale om en politisk annonce
 - b) identiteten af sponsoren af den politiske annonce og, **hvis det er relevant**, den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren
 - c) en gennemsigtighedsmeddelelse, der gør det muligt at forstå den bredere sammenhæng, som den politiske annonce og dens mål indgår i, eller en klar angivelse af, hvor den let kan hentes.

I den forbindelse skal politiske reklameudgivere anvende effektive og fremtrædende mærkningsteknikker, der gør det let at identificere den politiske annonce som en sådan, og sikrer, at mærkningen fastholdes, såfremt en politisk annonce udbredes yderligere.

2. Gennemsigtighedsmeddelelse [...] indeholder følgende oplysninger:
 - a) [...] sponsorens identitet **og etableringssted og, hvis det er relevant, den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren**, og **deres** kontaktoplysninger
 - b) den periode, i hvilken den politiske annonce påtænkes udgivet og udbredt [...]

- c) [...] oplysninger **om** de samlede beløb, der er brugt, eller andre ydelser, der er modtaget **af udbyderne af politiske reklametjenester, herunder dem, udgiveren har modtaget,** helt eller delvist i forbindelse med de [...] **politiske reklametjenester** [...] **med henblik på** den relevante annonce samt, hvor det er relevant, den politiske reklamekampagne, og kilderne hertil
- d) hvor det er relevant, en angivelse af valg eller folkeafstemninger, som annoncen er knyttet til
- e) hvor det er relevant, links til de onlineannoncedatabaser, **der er nævnt [...] i stk. 6**
- f) oplysninger om, hvordan de mekanismer, der er omhandlet i artikel 9, stk. 1, skal anvendes

fa) hvis det er relevant, de oplysninger, der er anført i artikel 12, stk. 4.

[...] De oplysninger, der skal indgå i gennemsigtighedsmeddelelsen, angives ved hjælp af de specifikke datafelter, der er angivet i bilag I.

2a. Gennemsigtighedsmeddelelsen skal indgå i hver politisk annonce eller være let at hente fra den første offentliggørelse, og indtil udgivelsen [...] afsluttes: Den holdes ajour. Gennemsigtighedsmeddelelser fremlægges i et format, der er lettilgængeligt og, hvis det er teknisk muligt, maskinlæsbart, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog.

3. Politiske reklameudgivere skal gøre en rimelig indsats for at sikre, at de oplysninger, der er omhandlet i stk. [...] 2, er fuldstændige og nøjagtige. Hvis den politiske reklameudgiver bliver opmærksom på, at de oplysninger, der er omhandlet i stk. [...] [...] 2, er ufuldstændige eller unøjagtige, bør vedkommende gøre en rimelig indsats, herunder om nødvendigt ved at kontakte den pågældende sponsor eller de pågældende tjenesteydere for at supplere eller rette oplysningerne. [...] Hvis [...] oplysningerne ikke kan suppleres eller rettes uden unødigt forsinkelse, må udgiveren [...] ikke gøre dem tilgængelige eller skal indstille udgivelsen eller udbredelsen af den politiske annonce [...] og underrette den pågældende tjenesteyder og, hvis det er relevant, sponsoren.

Når sponsoren eller udbyderen af politiske reklametjenester bliver opmærksom på, at oplysninger, der er videregivet til eller offentliggjort af den politiske reklameudgiver, er ufuldstændige eller unøjagtige, skal de uden unødigt forsinkelse kontakte den pågældende politiske reklameudgiver og, hvis det er relevant, videregive de fuldstændige eller rettede oplysninger til den politiske reklameudgiver.

[...]

5. Politiske reklameudgivere bør opbevare deres gennemsigthedsmeddelelser sammen med eventuelle ændringer i en periode på fem år efter den [...] [...] sidste udgivelse.
6. Politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme, jf. artikel 25 i forordning (EU) 2021/x [retsakten om digitale tjenester], sikrer, at de databaser, som de stiller til rådighed i realtid i henhold til nævnte forordnings artikel 30 [retsakten om digitale tjenester], også for hver politisk annonce i databasen stiller de i stk. 2 ajourførte oplysninger til rådighed.

7. Medlemsstaterne, herunder de kompetente myndigheder, og Kommissionen tilskynder til udarbejdelse af adfærdskodekser, der bidrager til en korrekt anvendelse af denne bestemmelse, under hensyntagen til de relevante tjenesteudbyderes særlige karakteristika og mikrovirksomheders og små og mellemstore virksomheders specifikke behov, jf. artikel 3 i direktiv 2013/34/EU.
8. Kommissionen tillægges beføjelser til at vedtage delegerede retsakter i overensstemmelse med artikel 19 med henblik på at ændre bilag I ved at tilføje [...] **eller** ændre [...] elementer fra listen over oplysninger, der skal fremlægges i henhold til stk. 2, i tilfælde af, at en sådan ændring i lyset af den teknologiske udvikling, **relevant forskning, udviklingen i de kompetente myndigheders tilsyn samt vejledning udstedt af kompetente organer** er nødvendig af hensyn til den politiske annonceres bredere kontekst og mål.

Artikel 8

Periodisk rapportering om politiske reklametjenester

1. [...] **Politiske** reklameudgivere skal som en del af deres ledelsesberetning, jf. artikel 19 i direktiv 2013/34/EU, i deres årsregnskaber medtage oplysninger om udgifterne til eller værdien af andre ydelser, der helt eller delvist er modtaget for disse tjenester, herunder om anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker, aggregeret efter kampagne.
2. Stk. 1 finder ikke anvendelse på virksomheder, der er omfattet af artikel 3, **stk. 1-** [...]3[...], i direktiv 2013/34/EU.

Artikel 9

Angivelse af eventuelt ulovlige politiske annoncer

- 1.**[...] Ved levering af politiske reklametjenester skal reklameudgivere indføre mekanismer, der gør det muligt for **fysiske eller juridiske personer** vederlagsfrit at meddele dem, at en bestemt annonce, som de har offentliggjort, ikke er i overensstemmelse med denne forordning.

- 2.[...]** Oplysninger om, hvordan politiske annoncer meddeles i henhold til stk. 1, skal være brugervenlige og lette at tilgå, bl.a. fra gennemsigtighedsmeddelelsen.
Politiske reklameudgivere skal gøre det muligt at indgive den i stk. 1 omhandlede [...] **anmeldelse** elektronisk.
- 3.** **De politiske reklameudgivere bør gøre en rimelig indsats for omhyggeligt og objektivt og uden unødigt forsinkelse at behandle de anmeldelser, der modtages i henhold til stk. 1, ved at kontakte den relevante [...]udbyder af politiske reklametjenester [...] og, hvor det er relevant, sponsoren.**
- 4.[...]** Den politiske reklameudgiver underretter **uden unødigt forsinkelse [...]** **de personer, der har foretaget anmeldelsen [...]** om opfølgningen på anmeldelsen, jf. stk. 1 **[...]**.
- 4a.** **I den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning, skal politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme som omhandlet i forordning (EU) 2022/XXX [forordningen om digitale tjenester], behandle enhver anmeldelse, som de modtager om annoncer forbundet med valget eller folkeafstemningen, inden for 48 timer. [...]**
- 5.[...]** Gentagne meddelelser i henhold til stk. 1 vedrørende den samme annonce eller reklamekampagne kan besvares samlet, herunder ved henvisning til et opslag på webstedet for den pågældende politiske reklameudgiver.

Videregivelse af oplysninger til kompetente myndigheder

1. De kompetente nationale myndigheder har beføjelse til at anmode [...] udbydere af politiske reklametjenester om at videregive[...] de oplysninger, **de skal råde over i henhold til** [...] artikel 6, 7 og 8. De videregivne oplysninger [...] **skal** være fuldstændige, nøjagtige og pålidelige og fremlægges i et klart, sammenhængende, konsolideret og forståeligt format. Hvis det er teknisk muligt, videregives oplysningerne i et maskinlæsbart format.
 - 1a.** Anmodningen skal indeholde følgende elementer:
 - a) en begrundelse, hvori der redegøres for formålet med anmodningen om oplysninger, og hvorfor anmodningen er nødvendig og forholdsmæssig, medmindre anmodningen har til formål at forebygge, **afsløre**, efterforske [...] eller retsforfølge strafbare handlinger, og i hvilket omfang begrundelsen for anmodningen vil modvirke dette formål
 - b) oplysninger om de klagemuligheder, der er tilgængelige for den relevante tjenesteudbyder og sponsoren af den politiske reklametjeneste.
2. Ved modtagelse af en anmodning i henhold til stk. 1 bekræfter udbydere af politiske reklametjenester inden for to arbejdsdage modtagelsen af anmodningen og underretter myndigheden om de skridt, der er taget for at efterkomme den. Den relevante tjenesteudbyder skal fremlægge de ønskede oplysninger inden for ti arbejdsdage.

Udbydere af politiske reklametjenester, der er omfattet af artikel 3, stk. 1-3, i direktiv 2013/34/EU, skal gøre en rimelig indsats for at fremlægge de ønskede oplysninger inden for femten arbejdsdage. I den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning skal udbydere af politiske reklametjenester fremlægge de ønskede oplysninger inden for 48 timer. Udbydere af politiske reklametjenester, der er omfattet af artikel 3, stk. 1-3, i direktiv 2013/34/EU, skal gøre en rimelig indsats for at fremlægge de ønskede oplysninger uden unødigt forsinkelse.

3. Udbydere af politiske reklametjenester udpeger et kontaktpunkt til kommunikation med de kompetente nationale myndigheder. Udbydere af politiske reklametjenester [...], **der er omfattet af artikel 3, stk. 1-3,** i direktiv 2013/34/EU, kan udpege en ekstern fysisk person som kontaktpunkt.

Artikel 11

Videregivelse af oplysninger til andre berørte enheder

1. **Efter anmodning fra berørte enheder** videregiver **u**[...]dbydere af politiske reklametjenester [...] **uden omkostninger** de oplysninger, **de skal råde over i henhold** [...] til [...] artikel 6 **og 7,** til **disse**[...]enheder[...]
[...].
2. Berørte enheder, der anmoder om at få videregivet oplysninger i henhold til stk. 1, skal være uafhængige af kommercielle interesser og tilhøre en eller flere af følgende kategorier:
 - a) kontrolunderlagte forskere, jf. artikel 31 i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester]
 - b) medlemmer af en civilsamfundsorganisation, der har beskyttelse og fremme af offentlighedens interesser som vedtægtsmæssige mål, og som er autoriseret efter national ret eller EU-retten
 - c) politiske aktører [...] [...]
 - d) nationale eller internationale valgobservatører [...], der er **anerkendt** i en medlemsstat[...] **eller**
 - e) **journalister.**

[...]

3. Efter anmodning fra en interessent bestræber tjenesteudbyderen sig på bedst muligt inden for en måned at fremlægge de anmodede oplysninger eller sit begrundede svar i henhold til stk. 5.
4. Ved udarbejdelsen af de oplysninger, der skal fremlægges i henhold til stk. 1, kan tjenesteudbyderen samle de relevante beløb eller angive dem inden for et interval, såfremt dette er nødvendigt for at beskytte kommercielle legitime interesser.
5. Hvis anmodningerne i henhold til stk. 1 er åbenbart grundløse, uklare eller overdrevne, navnlig på grund af manglende klarhed, kan tjenesteudbyderen undlade at svare. I så fald sender den relevante tjenesteudbyder et begrundet svar **og oplysninger om klagemulighederne** til den interessent, der fremsætter anmodningen.
6. Hvis **behandlingen af** anmodningerne i henhold til stk. 1 [...] medfører betydelige omkostninger, kan tjenesteudbyderen opkræve et rimeligt og forholdsmæssigt gebyr, som under ingen omstændigheder må overstige de administrative omkostninger ved at videregive de anmodede oplysninger.
7. Det påhviler tjenesteudbyderen at påvise, at en anmodning er åbenbart grundløs, uklar eller overdreven, eller at anmodninger [...] medfører betydelige omkostninger at behandle.

KAPITEL III – MÅLRETNING OG FORSTÆRKNING AF POLITISK REKLAME

Artikel 12

Specifikke krav vedrørende målretning og forstærkning

1. [Målretnings- eller forstærkningsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger, jf. artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725, er i forbindelse med politisk reklame forbudt.
2. Forbuddet i **stk. 1** [...] gælder ikke i de situationer, der er omhandlet i artikel 9, stk. 2, litra a) og d), i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 2, litra a) og d), i forordning (EU) 2018/1725.]
3. Ved anvendelse af målretnings- eller forstærkningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, der indebærer behandling af personoplysninger, skal de dataansvarlige ud over kravene i forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725, alt efter hvad der er relevant, opfylde følgende krav:
 - a) udarbejde, efterleve **og offentliggøre** interne retningslinjer, hvori der klart og tydeligt redegøres for brugen af sådanne teknikker til navnlig at gå målrettet efter enkeltpersoner eller forstærke indholdet, og fastholde disse retningslinjer i en periode på fem år
 - b) registrere anvendelsen af målretning eller forstærkning, de relevante mekanismer, teknikker og parametre, der anvendes, og den eller de kilder til personoplysninger, der anvendes.

- c) sammen med angivelse af, at der er tale om en politisk annonce, fremlægge yderligere oplysninger, der gør det muligt for den pågældende person at forstå begrundelsen for og de vigtigste parametre i den anvendte teknik og brugen af oplysninger hidrørende fra tredjemand og yderligere analyseteknikker. De oplysninger, der skal indgå, angives ved hjælp af de specifikke datafelter, der er angivet i bilag II. [...]

4. Den skal navnlig indeholde følgende oplysninger:

- i) de specifikke målgrupper af modtagere, herunder de parametre, der anvendes til at fastslå, hvem reklamen udbredes til
- ii) de kategorier af og de kilder til personoplysninger, der anvendes til målretning og forstærkning
- iii) udbredelsesperioden
- iv) et link til eller en klar angivelse af, hvor de retningslinjer, der er omhandlet i stk. 3, litra a), let kan hentes.

4a. Hvis de dataansvarlige ikke er de samme som reklameudgiveren, videregiver de dataansvarlige de interne retningslinjer og sikrer, at de oplysninger, der er omhandlet i [...] **stk. 4, meddeles** [...] til den politiske reklameudgiver, således at den politiske reklameudgiver kan opfylde sine forpligtelser efter denne forordning. Oplysningerne videregives rettidigt og korrekt i overensstemmelse med bedste praksis og branchestandarder ved hjælp af en standardiseret automatiseret procedure, hvis det er teknisk muligt.

4b. Udbydere af reklametjenester videregiver i givet fald de oplysninger, der er nødvendige for at overholde stk. 3 og 4, til de dataansvarlige.

5. Politiske reklameudgivere, der gør brug af målretnings- eller forstærkningsteknikker, **der indebærer behandling af personoplysninger**, [...] skal i eller sammen med annoncen [...] **eller** i den gennemsigtighedsmeddelelse, der kræves i henhold til artikel 7, henvise til, hvorledes enkeltpersoner effektivt kan udøve deres rettigheder i henhold til forordning (EU) 2016/679 **eller forordning (EU) 2018/1725, alt efter hvad der er relevant**.
6. De oplysninger, der skal videregives i overensstemmelse med [...] **stk. 3-5**, fremlægges i et format, der er lettilgængeligt og, hvis det er teknisk muligt, maskinlæsbart, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog.

[...]

8. Kommissionen tillægges beføjelser til at vedtage delegerede retsakter i overensstemmelse med artikel 19 med henblik på at ændre bilag II ved at **tilføje eller** tilpasse [...] fjerne elementer fra listen over oplysninger, der skal fremlægges i henhold til nærværende artikels stk. [...] 3, litra [...]**c**), i lyset af den teknologiske udvikling, [...] relevant forskning samt udviklingen i de kompetente myndigheders tilsyn og vejledning udstedt af de kompetente organer.

Artikel 13

Videregivelse af målretnings- eller forstærkningsoplysninger til andre berørte enheder

1. [...] [...] **De** dataansvarlige [...] træffer passende foranstaltninger til efter anmodning fra **og uden omkostninger** for berørte enheder og i overensstemmelse med artikel 11, stk. 1, at videregive de i artikel 12 omhandlede oplysninger.
2. Artikel 11, stk. 2-7, finder tilsvarende anvendelse.

KAPITEL IV – TILSYN OG HÅNDHÆVELSE

Artikel 14

Retlig repræsentant

1. Tjenesteudbydere, der leverer politiske reklametjenester i Unionen, men som ikke er etableret i Unionen, udpeger skriftligt en fysisk eller juridisk person som retlig repræsentant i en af de medlemsstater, hvor udbyderen tilbyder sine tjenester.
2. Den retlige repræsentant er ansvarlig for at sikre, at den repræsenterede tjenesteudbyders forpligtelser i henhold til denne forordning overholdes, og er adressat for al kommunikation med den relevante tjenesteudbyder i henhold til denne forordning. Al kommunikation til denne retlige repræsentant anses for at være kommunikation med den repræsenterede tjenesteudbyder.

Kompetente myndigheder og kontaktpunkter

1. De tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i artikel 51 i forordning (EU) 2016/679 eller artikel 52 i forordning (EU) 2018/1725, har kompetence til at overvåge anvendelsen af artikel 12 i nærværende forordning inden for deres respektive kompetenceområde. Artikel 58 i forordning (EU) 2016/679 og artikel 58 i forordning (EU) 2018/1725 finder tilsvarende anvendelse. Kapitel VII i forordning (EU) 2016/679 finder anvendelse på aktiviteter, der er omfattet af artikel 12 i nærværende forordning.
2. Medlemsstaterne udpeger kompetente myndigheder til at føre tilsyn med, at udbydere af formidlingstjenester, jf. forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], overholder de forpligtelser, der er fastsat i artikel 5-11 og artikel 14 i nærværende forordning, hvor det er relevant. De kompetente myndigheder, der er udpeget i henhold til forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], kan også være en af de kompetente myndigheder, der er udpeget til at overvåge onlineformidleres overholdelse af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 5-11 og artikel 14 i nærværende forordning. Koordinatoren for digitale tjenester, jf. artikel 38 i forordning (EU) 2021/xxx, i hver medlemsstat er ansvarlig for at sikre koordinering på nationalt plan for så vidt angår udbydere af formidlingstjenester som defineret i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester]. Artikel 45, stk. 1-4, og artikel 46, stk. 1, i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester] finder anvendelse på spørgsmål vedrørende anvendelsen af nærværende forordning for så vidt angår udbydere af formidlingstjenester.
3. Hver medlemsstat udpeger en eller flere kompetente myndigheder til at være ansvarlig for anvendelsen og håndhævelsen af de aspekter af denne forordning, der ikke er omhandlet i stk. 1 og 2. Hver kompetent myndighed, der er udpeget i henhold til dette stykke, skal strukturelt set være fuldstændig uafhængig af sektoren såvel som af enhver form for indblanding udefra eller politisk pres. Den skal i fuld uafhængighed effektivt føre tilsyn med overholdelsen af reglerne i denne forordning og træffe de foranstaltninger, der er nødvendige og forholdsmæssige for at sikre, at dette sker.

4. De kompetente myndigheder, der er omhandlet i stk. 3, har ved udførelsen af deres tilsynsopgaver i forbindelse med denne forordning beføjelse til at anmode udbydere af politiske reklametjenester om adgang til data, dokumenter eller enhver oplysning, som måtte være nødvendig for udførelsen af deres tilsynsopgaver.
5. De kompetente myndigheder, der er omhandlet i stk. 3, har ved udøvelsen af deres håndhævelsesbeføjelser inden for rammerne af denne forordning beføjelse til at:
- a) udstede påbud til udbydere af politiske reklametjenester i tilfælde af manglende overholdelse af forpligtelserne i denne forordning
 - b) offentliggøre en erklæring med nærmere angivelse af den eller de juridiske og fysiske personer, som er ansvarlige for tilsidesættelsen af en i denne forordning fastsat forpligtelse, og tilsidesættelsens art
 - c) pålægge administrative bøder og økonomiske sanktioner.
6. Medlemsstaterne sikrer samarbejde mellem de kompetente myndigheder, navnlig inden for rammerne af nationale valgnetværk, for at fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål vedrørende udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver efter denne forordning, herunder ved i fællesskab at identificere overtrædelser, udveksle resultater og ekspertise og samarbejde om anvendelsen og håndhævelsen af de relevante regler.
7. Hver medlemsstat udpeger en kompetent myndighed som kontaktpunkt på EU-plan med henblik på anvendelsen af denne forordning.

8. Hvis en udbyder af politiske reklametjenester leverer tjenester i mere end én medlemsstat eller har hjemsted eller en repræsentant i én medlemsstat, men udfører sine primære aktiviteter i en anden medlemsstat, samarbejder den kompetente myndighed i den medlemsstat, hvor hjemstedet eller et andet forretningssted eller repræsentanten befinder sig, med de kompetente myndigheder i de pågældende andre medlemsstater og bistår hinanden efter behov. Medmindre dette samarbejde allerede er reguleret i EU-retten, skal det mindst omfatte følgende:
- a) de kompetente myndigheder, der anvender tilsyns- eller håndhævelsesforanstaltninger i en medlemsstat, skal via det i stk. 7 omhandlede kontaktpunkt underrette og høre de kompetente myndigheder i den eller de øvrige berørte medlemsstater om de trufne tilsyns- og håndhævelsesforanstaltninger og opfølgningen herpå
 - b) en kompetent myndighed kan via det i stk. 7 omhandlede kontaktpunkt på en underbygget, begrundet og forholdsmæssig måde anmode en anden kompetent myndighed, hvis det er mere hensigtsmæssigt, om at træffe de tilsyns- eller håndhævelsesforanstaltninger, der er omhandlet i stk. 4 og 5 og
 - c) en kompetent myndighed yder efter modtagelse af en begrundet anmodning fra en anden kompetent myndighed bistand til den anden kompetente myndighed, således at de tilsyns- eller håndhævelsesforanstaltninger, der er omhandlet i stk. 4 og 5, kan gennemføres på en effektiv, virkningsfuld og konsekvent måde. Den relevante kompetente myndighed skal via det i stk. 7 omhandlede kontaktpunkt og inden for en tidsramme, som står i forhold til, hvor meget anmodningen haster, give et svar med de anmodede oplysninger eller meddele, at den ikke finder, at betingelserne for at anmode om bistand i henhold til denne forordning er opfyldt. Alle oplysninger, der udveksles i forbindelse med bistand, som der anmodes om og ydes i henhold til denne bestemmelse, må kun anvendes i forbindelse med den sag, hvortil der blev anmodet om oplysningerne.
9. Kontaktpunkterne mødes regelmæssigt på EU-plan inden for rammerne af det europæiske valgsamarbejdsnetværk for at fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål vedrørende udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver efter denne forordning.

Artikel 16

Sanktioner

1. I forbindelse med artikel 5-11, artikel 13 og artikel 14 fastsætter medlemsstaterne regler om sanktioner, herunder administrative bøder og økonomiske sanktioner, der finder anvendelse på udbydere af politiske reklametjenester under deres jurisdiktion, for så vidt angår overtrædelser af denne forordning, som i hvert enkelt tilfælde skal være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelserne og have afskrækkende virkning.
2. Medlemsstaterne meddeler Kommissionen disse regler senest 12 måneder efter denne forordnings ikrafttræden og underretter den straks om senere ændringer, der berører dem.
3. Når der træffes afgørelse om sanktionernes art og størrelse, skal der i hvert enkelt tilfælde tages behørigt hensyn til bl.a. følgende:
 - a) overtrædelsens art, grovhed og varighed
 - b) hvorvidt overtrædelserne blev begået forsætligt eller uagtsomt
 - c) enhver foranstaltning, der træffes for at afbøde eventuelle skader
 - d) alle relevante tidligere overtrædelser og andre skærpende eller formildende omstændigheder i sagen og
 - e) graden af samarbejde med den kompetente myndighed.
4. Tilsidesættelser af artikel 7 betragtes som særlig alvorlige, når de vedrører politisk reklame, der udgives eller udbredes i løbet af en valgperiode og rettes mod borgere i den medlemsstat, hvor det pågældende valg afholdes.

5. Hvis en tjenesteudbyder forsætligt eller uagtsomt overtræder bestemmelserne i denne forordning for den samme eller dertil knyttede politiske reklame, skal den samlede administrative bøde kunne tilpasses i tilstrækkelig grad til, at alle relevante faktorer kan tages i betragtning, det faktum, at forordningen er blevet overtrådt i flere henseender, afspejles i beløbet for den samlede bøde i overensstemmelse med proportionalitetsprincippet.
6. For så vidt angår tilsidesættelser af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 12, kan de tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i artikel 51 i forordning (EU) 2016/679, inden for rammerne af deres beføjelser pålægge administrative bøder i overensstemmelse med artikel 83 i forordning (EU) 2016/679 og op til det beløb, der er omhandlet i artikel 83, stk. 5, i nævnte forordning.
7. For så vidt angår overtrædelser af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 12, kan den tilsynsmyndighed, der er omhandlet i artikel 52 i forordning (EU) 2018/1725, inden for rammerne af sine beføjelser pålægge administrative bøder i overensstemmelse med artikel 66 i forordning (EU) 2018/1725 og op til det beløb, der er omhandlet i artikel 66, stk. 3, i nævnte forordning.

Artikel 17

Offentliggørelse af valgperioder

Medlemsstaterne offentliggør datoerne for deres nationale valgperioder på et let tilgængeligt sted med en passende henvisning til denne forordning.

KAPITEL V – AFSLUTTENDE BESTEMMELSER

Artikel 18

Evaluering og revision

Senest to år efter hvert valg til Europa-Parlamentet og første gang senest den 31. december 2026 fremlægger Kommissionen en rapport om evalueringen af denne forordning. I rapporten vurderes behovet for at ændre denne forordning. Rapporten offentliggøres.

Artikel 19

Udøvelse af de delegerede beføjelser

1. Beføjelsen til at vedtage delegerede retsakter tillægges Kommissionen på de i denne artikel fastlagte betingelser.
2. Beføjelsen til at vedtage delegerede retsakter, jf. artikel 7, stk. 8, og artikel 12, stk. 8, tillægges Kommissionen for en periode på [indtil anvendelsen af denne forordningen er evalueret, to år efter det næste valg til Europa-Parlamentet].
3. Den i artikel 7, stk. 8, og artikel 12, stk. 8, omhandlede delegation af beføjelser kan til enhver tid tilbagekaldes af Europa-Parlamentet eller Rådet. En afgørelse om tilbagekaldelse bringer delegationen af de beføjelser, der er angivet i den pågældende afgørelse, til ophør. Den får virkning dagen efter offentliggørelsen af afgørelsen i Den Europæiske Unions Tidende eller på et senere tidspunkt, der angives i afgørelsen. Den berører ikke gyldigheden af delegerede retsakter, der allerede er i kraft.

4. Så snart Kommissionen vedtager en delegeret retsakt, giver den samtidigt Europa-Parlamentet og Rådet meddelelse herom.
5. En delegeret retsakt vedtaget i henhold til artikel 7, stk. 8, eller artikel 12, stk. 8, træder kun i kraft, hvis hverken Europa-Parlamentet eller Rådet har gjort indsigelse inden for en frist på to måneder fra meddelelsen af den pågældende retsakt til Europa-Parlamentet eller Rådet, eller hvis Europa-Parlamentet og Rådet inden udløbet af denne frist begge har meddelt Kommissionen, at de ikke agter at gøre indsigelse. Fristen forlænges med to måneder på Europa-Parlamentets eller Rådets initiativ.

Artikel 20

Ikrafttræden og anvendelse

1. Denne forordning træder i kraft på tyvendedagen efter offentliggørelsen i Den Europæiske Unions Tidende.
2. Den finder anvendelse fra den 1. april 2023.
3. Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den [...].

På Europa-Parlamentets vegne
Formand

På Rådets vegne
Formand
